

ABSTRAKSI

Komunikasi pemasaran memegang peranan penting dalam penyebaran informasi tentang perusahaan dan apa yang hendak ditawarkan pada pasar sasaran. Berkomunikasi secara efektif dibutuhkan komunikasi pemasaran terpadu untuk membangun dialog dari sejak pra penjualan, selama penjualan, konsumsi sampai pasca konsumsi. PT. Kids Fun Parcs Yogyakarta kembali melakukan kembali promosi dengan tujuan menginformasikan paket – paket wahana, fasilitas yang diberikan dan menunjukkan kepada konsumen bahwa Kids Parcs pantas untuk dijadikan tempat untuk berlibur. Untuk mempromosikan hal tersebut, digunakanlah seluruh bentuk penjualan, *salles promotion, direct selling, personal selling, publikasi, packaging, events and sponsorships, advertising* dan *customer service*. Penelitian ini berjudul “ Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada PT. Kids Fun Parcs Yogyakarta dalam mencapai target periode 2011”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan untuk memperoleh gambaran jelas mengenai langkah- langkah mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan strategi penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, perekaman, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan sejak awal bersamaan dengan pengumpulan data. Pengembangan validitas data dilakukan dengan cara triangulasi sumber atau data. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi dalam pencapaian target Kids Fun Parcs adalah dengan melakukan promosi kembali ke daerah – daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur, dibagi ke segmentasi yang berbeda atau audiens sasaran. Kids Fun pun menambah relasi kerjasama dengan Tour & Travel dalam menambah kontribusi pengunjung. Kemudian pada pelaksanaan, divisi pemasaran memadukan keseluruhan bauran pemasaran yang digunakan secara integrasi dalam suatu rencana promosi.